

Kleine Packung, große Irreführung

Das Stichwort „Shrinkflation“ ist aktuell in aller Munde. Viele Unternehmen reagieren auf inflationsbedingt steigende Kosten, indem sie die Packungsgröße reduzieren, den Preis für eine Packung jedoch beibehalten – für Verbraucher eine versteckte Preiserhöhung. Ärger über derartige Praktiken wird immer wieder laut. So kürzt die Verbraucherzentrale Hamburg schon seit Jahren die Mogelpackung des Jahres und auch bei dem von der Verbraucherschutzorganisation foodwatch vergebenen Goldenen Windbeutel 2023 landete eine verkleinerte Verpackung bei höherem Preis unter den Flop 5.

Zudem mahnte foodwatch den Süßwarenhersteller Katjes wegen shrinkflationärer Praktiken ab: Die Packungsgröße und der Preis blieben gleich, obwohl der Inhalt schrumpfte. Neben dem erhöhten Preis fiel dadurch auch unnötiger Verpackungsmüll an. Doch Katjes lenkte ein und will nun die Verpackung sichtbar verkleinern und die Nettofüllmenge auch auf der Vorderseite deutlicher ausloben.

Nun beschäftigte sich ein deutsches Gericht mit dem Problem. Die Entscheidung des Landgerichts Hamburg (13.02.2024 – 406 HKO 121/22) drehte sich um ein Streichfett der Marke „Sanella“. Die Verpackung des Lebensmittels fasste ursprünglich 500 g. Bei nahezu identischer Aufmachung und gleichem Preis sind nunmehr aber nur noch 400 g enthalten.

Als Begründung für die geringere Füllmenge gab der Hersteller technische Gründe an: Dadurch würde verhindert, dass das Streichfett am Deckel kleben bleibe – ein klarer Vorteil für Kunden. Die Verbraucherzentrale Hamburg ließ sich von diesem Argument jedoch nicht überzeugen und erhob Klage.

Das Gericht sah hierin zumindest eine zeitlich begrenzte Irreführung. Da sich die Verpackungen nur hinsichtlich der Nettofüllmenge unterschieden, falle dem Verbraucher, der von der zuvor vertriebenen 500-g-Packung ausgehe, die geringere Füllmenge erst später auf. Insofern hielt das Gericht dies zumindest innerhalb einer Übergangsfrist von drei Monaten für irreführend. In dieser Zeit sei ein ausdrücklicher Hinweis auf die geänderte Füllmenge erforderlich, um Verbrauchertäuschungen vorzubeugen.

Insofern stellt das Urteil des LG Hamburg einen gewissen Erfolg für Verbraucherschützer dar, da das Gericht anerkennt, dass Verbraucher über Verringerungen der Packungsgrößen aufgeklärt werden müssen. Innerhalb des Übergangszeitraums von drei Monaten erscheint künftig über den einstweiligen Rechtsschutz ein Vorgehen gegen Shrinkflation erfolgversprechend, auch wenn es sich „nur“ um ein erstinstanzliches Urteil handelt.

Dagegen lehnte der Vorsitzende Richter eine generelle Täuschung unabhängig vom Zeitablauf ab. Zu unterschiedlich seien die auf dem Markt erhältlichen Größen und Designs von Streichfetten, sodass sich keine allgemeine Verbrauchererwartung für eine einheitliche Füllmenge für alle Streichfette ergebe.

Auch lässt die Entscheidung Raum für Interpretationen. Da das Urteil besonders hervorhebt, dass die Irreführung auf der gleichen Aufmachung der Packungen basiert, ließe sich das Problem möglicherweise durch ein deutlich hervorgehobenes „neues Design“ umgehen. Diese Taktik ist bei verkleinerten Verpackungen des Öfteren zu beobachten, manchmal in Kombination mit Hinweisen auf eine „verbesserte



Christina Schröck, LL.M.
meyer.rechtsanwalts GmbH
meyerlegal.de

Rezeptur“. Zudem erfordert der enge zeitliche Rahmen eine schnelle Reaktion.

Gleichwohl zeigt die Entscheidung, dass Gerichte Verbraucherinteressen ernst nehmen und Unternehmen mitunter umfassende Aufklärungspflichten zumuten, auch wenn sich die Preissteigerung selbst nicht verhindern lässt.

Bislang ist das Urteil nicht rechtskräftig. Es bleibt also abzuwarten, ob der Streit in die nächste Runde geht. In der Zwischenzeit könnte auch die Politik aktiv werden: Nach einem Eckpunktepapier zur Reform des Verpackungsgesetzes sollen gleichbleibende Verpackungen bei verringertem Inhalt unzulässig werden.

Christina Schröck